

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE
n. 0000226 del 15/12/2022

OGGETTO:

REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI. APPROVAZIONE.

VISTA

Proposta n. 0001078 del 12/12/2022 a cura di S.C. Affari Generali e Legali
Hash.pdf (SHA256):af017a33061c50b45c9c672dae13dd88cce2c6c109a2874dbface9c07dae8150

firmata digitalmente da:

Il Responsabile S.C. Affari Generali e Legali
Maria Rita Bruscolotti

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO
Parere: FAVOREVOLE
Maria Mariani

IL DIRETTORE SANITARIO
Parere: FAVOREVOLE
Pietro Manzi

DELIBERA

Di fare integralmente propria la menzionata proposta che allegata al presente atto ne costituisce parte integrante e di disporre così come in essa indicato.

IL DIRETTORE GENERALE
Andrea Casciari

PREMESSO:

- Che l'art. 43 della legge n. 449 del 1997 rubricato *contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività* dispone che le P.A. possono stipulare accordi e contratti di sponsorizzazione sia con soggetti privati che con associazioni al fine di perseguire il solo interesse pubblico nel rispetto dei principi di economicità, efficacia ed efficienza della pubblica amministrazione;
- Che l'art. 28 comma 2 bis lett. c) della legge n. 448 del 1998, che si occupa di stabilire le misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo e che, in particolare, disciplina il cd. patto di stabilità interno, sancisce che gli enti pubblici, al fine di ridurre il disavanzo annuo *possono sviluppare le iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, allo scopo di realizzare*
- *maggiori economie nella gestione;*
- Che l'art. 19 del codice dei contratti pubblici (d. lgs. 50/16) prevede che in materia di contratti di sponsorizzazione si debba procedere *esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto* qualora l'avviso di ricerca dello sponsor per i contratti di importo sia superiore a € 40.000,00,

CONSIDERATA l'opportunità, vista la normativa sopra richiamata, di disciplinare le procedure e le attività da seguire per una corretta gestione delle sponsorizzazioni da parte di soggetti terzi a favore di progetti ed iniziative promosse dall'Azienda Ospedaliera prevedendo idonei strumenti e modalità operative in conformità ai principi di efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e buon andamento della Pubblica Amministrazione, attraverso l'adozione di specifico Regolamento;

RITENUTO pertanto di approvare il Regolamento in commento allegato alla presente delibera quale parte integrante della stessa (Allegato A);

PRESO ATTO che dall'adozione del presente provvedimento non derivano oneri aggiuntivi a carico del Bilancio dell'Azienda Ospedaliera di Terni;

DATO ATTO che la proposta è coerente con il Piano triennale Aziendale della Prevenzione della Corruzione e del Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità;

CONSIDERATO che il Responsabile di P.O. ed il Dirigente della Struttura proponente attestano di non versare in alcuna situazione di conflitto di interesse, anche potenziale, tale da pregiudicare l'esercizio imparziale delle funzioni e compiti attribuiti, in relazione al procedimento indicato in oggetto ed attestano l'insussistenza di cause di conflitto di interesse, anche potenziale, ex art. 6-bis della legge n. 241/90 e ss.mm.ii e art. 1, comma 9, lett. e) della Legge n. 190/2012 e l'inesistenza delle condizioni di incompatibilità di cui l'art. 35-bis del D. Lgs. n. 165/2001;

SI PROPONE DI DELIBERARE

DI approvare, per le motivazioni esposte in premessa che si intendono tutte integralmente riportate, il Regolamento aziendale per la disciplina delle attività di sponsorizzazione, allegato alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale (Allegato A);

DI dare atto che dall'adozione del presente provvedimento non derivano oneri aggiuntivi a carico del Bilancio dell'Azienda Ospedaliera di Terni;

DI trasmettere copia del presente provvedimento a tutte le Strutture interessate a cura della Direzione Affari Generali e Legali;

Di stabilire che il presente atto sarà pubblicato nel sito web aziendale, in adempimento degli obblighi di pubblicazione, alla voce "Regolamenti";

Il Responsabile P.O. Affari Generali

Dott. Andrea Lorenzoni

Il Dirigente Amministrativo

Dott.ssa Maria Rita Bruscolotti

Regolamento aziendale per la disciplina delle sponsorizzazioni

INDICE

Art. 1 Oggetto del regolamento.....	
Art. 2 Il contratto di sponsorizzazione	
Art. 3 Definizioni.....	
Art. 4 Ambito di applicazione.....	
Art. 5 Vincoli di carattere generale	
Art. 6 Attivazione della sponsorizzazione	
Art. 7 Comitato tecnico	
Art. 8 Avviso per la ricerca dello sponsor	
Art. 9 Presentazione e contenuto dell'offerta	
Art. 10 Valutazione delle offerte	
Art. 11 Elementi essenziali del contratto	
Art. 12 Sponsorizzazioni per la realizzazione di lavori e per gli interventi su beni sottoposti a vincoli di tutela (le cd. sponsorizzazioni tecniche)	
Art. 13 Adempimenti successivi alla scelta dello sponsor	
Art. 14 Utilizzo dei risparmi di spesa e variazioni di budget	
Art. 15 Verifiche e controlli sui progetti e sulle attività oggetto di sponsorizzazione	
Art. 16 Trattamento dei dati personali	
Art. 17 Riserva organizzativa	
Art. 18 Normativa di rinvio	
Art. 19 Entrata in vigore	

ART. 1 OGGETTO DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento disciplina le procedure e le attività di sponsorizzazione da parte di terzi previsti dall'art. 43 della L. 449/1997, dall'art. 28 comma 2 bis della L. 448/1998 e dall'art. 19 D.Lgs. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici) e si prefigge lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all' Azienda Ospedaliera Santa Maria di Terni (di seguito denominata Azienda) una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed in osservanza dei principi di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

ART. 2 IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

In particolare, si suole definire contratto di sponsorizzazione quell'accordo (cd. sponsorship) attraverso il quale il privato (cd. Sponsor) versa un corrispettivo economico oppure si impegna a garantire proprie prestazioni (progetti/servizi/attività) nei confronti dell'Azienda (cd. sponsee o sponsorizzato) e, quest'ultima si obbliga a dare visibilità allo sponsor, divulgando il suo nome, marchio, logo ed immagine in appositi e predefiniti modi e spazi, durante lo svolgimento di determinate attività.

Si definisce sponsorizzazione pura quando lo Sponsor provvede al pagamento di un corrispettivo assumendo il debito dello Sponsorizzato o attraverso l'esborso di una somma di denaro, per la quale l'Azienda individuerà un apposito conto di bilancio in entrata ed una specifica autorizzazione finalizzata. Si è, invece, in presenza di una sponsorizzazione definita tecnica quando lo Sponsor si impegna a progettare e realizzare in tutto o in parte le prestazioni richieste dall'Azienda, ad esempio dalla fornitura di beni, all'erogazioni di prestazioni o di lavori.

Pertanto, alla luce e nel rispetto dell'art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016 rubricato "codice dei contratti pubblici" dispone che il contratto di sponsorizzazione si sostanzia in un'obbligazione di mezzi e non di risultato: ne consegue che lo sponsor è obbligato a corrispondere il corrispettivo pattuito anche qualora non dovesse realizzare il ritorno economico atteso.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto per lo Sponsee dal Direttore Generale dall'Azienda, o suo delegato, e per lo sponsor dal legale rappresentante dello sponsor o da un suo delegato.

ART. 3 DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- Per contratto di sponsorizzazione → un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un terzo (sponsor) si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro oppure a garantire proprie prestazioni (progetti/servizi/attività) nei confronti dell'Azienda (sponsee) che a sua volta si obbliga a pubblicizzare, il logo, il marchio, l'immagine dello sponsor con apposite e predefinite modalità/ spazi pubblicitari durante lo svolgimento di determinate attività;
- Per sponsorizzazione → ogni contributo in denaro, beni o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività per conseguire un beneficio di immagine;
- Per sponsor → il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Azienda al fine di incrementare la notorietà del proprio segno distintivo e divulgare la propria immagine;
- Per sponsee → l'Azienda titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- Per spazio pubblicitario → lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Azienda per la pubblicità dello sponsor.

ART. 4 AMBITO DI APPLICAZIONE

L'Azienda può ricorrere a contratti di sponsorizzazione in relazione a tutte le attività, le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, e le prestazioni previste a carico del proprio bilancio.

L'Azienda ricorre, di norma, a contratti di sponsorizzazione per le seguenti attività:

- la realizzazione di progetti/attività/servizi pilota strategici innovativi per l'Azienda in ambito sanitario e della ricerca scientifica, amministrativo, e tecnologico/industriale;
- le iniziative finanziarie, bancarie ed assicurative rivolte esclusivamente ai dipendenti dell'Azienda ed offerte come benefit, a titolo gratuito per l'Azienda e senza la caratteristica dell'esclusività;

Sono esclusi dall'applicazione delle disposizioni del presente regolamento i contratti di sponsorizzazione che non rientrano nell'oggetto, nell'ambito di applicazione e non rispettano i vincoli di carattere posti dal presente regolamento in quanto le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione ed a realizzare maggiori economie o entrate, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali erogati, trattandosi di uno strumento di pubblicità indiretta e di marketing.

ART. 5 VINCOLI DI CARATTERE GENERALE

Le sponsorizzazioni devono essere rispondenti ai bisogni dell'Azienda, con esclusione di ogni possibile conflitto fra interesse pubblico perseguito dal Servizio sanitario ed interessi privati.

Le sponsorizzazioni devono essere gestite in termini e con modalità pienamente consone e compatibili con l'immagine dell'Azienda, e devono produrre risparmi di spesa o maggiori entrate.

Nel caso di contributi in denaro versati dagli sponsor, il 10% viene utilizzato a copertura dei costi generali, e negli altri casi – eccezionali - in cui ciò venga espressamente derogato deve essere acquisito il parere favorevole del Direttore Generale o suo delegato a seconda della tipologia della sponsorizzazione.

L'Azienda, a suo insindacabile giudizio, non procederà alla stipula di contratti di sponsorizzazione qualora:

- a) i costi correlati alla sponsorizzazione facciano venire meno la convenienza economica della sponsorizzazione stessa;
- b) non esista un mercato concorrenziale per l'acquisto dei materiali di consumo necessari per il funzionamento delle attrezzature oggetto della sponsorizzazione;
- c) vi sia una correlazione diretta tra la sponsorizzazione e rapporti convenzionali che intercorrono o potranno intercorrere tra lo sponsor e l'Azienda;
- d) la sponsorizzazione sia in contrasto con gli interessi dell'Azienda o risulti inaccettabile per motivi di opportunità generale e di etica aziendale.

Sotto il profilo del contenuto del messaggio pubblicitario dello sponsor, sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni in qualsiasi modo riguardanti:

- le armi
- l'editoria e spettacoli vietati ai minori
- gli organismi Sanitari concorrenti
- le onoranze funebri
- la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- le relazioni personali
- la cartochiromanzia, magia ed occultismo
- i prodotti farmaceutici

- i presidi medico – chirurgici
- la propaganda politica e religiosa
- la distribuzione di prodotti oltraggiosi per la morale
- le bevande alcoliche i tabacchi e sigarette elettroniche la compravendita oro il gioco d'azzardo, scommesse, lotterie e simili anche on line
- la pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, offendere convinzioni religiose ed ideali;
- i messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- la pubblicità che possa indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente;
- i servizi finalizzati al conseguimento di risarcimenti derivanti dall'esercizio dell'attività sanitaria.

Sono inoltre esclusi da qualsiasi forma di sponsorizzazione i locali di pronto soccorso, rianimazione e UTIC, camere di degenza, oncologia, radioterapia, camere mortuarie, cappelle e luoghi di culto, sale di commiato; nonché i mezzi adibiti allo svolgimento di compiti istituzionali di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo.

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrarre ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali;
- le associazioni senza fini di lucro le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali dell'Azienda;
- le fondazioni non ONLUS;
- in generale, qualsiasi soggetto pubblico o privato che non svolga attività in conflitto d'interesse con le finalità istituzionali e le competenze dell'Azienda.

ART. 6 ATTIVAZIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE

Le sponsorizzazioni sono attivate per iniziativa della Direzione aziendale che può assumere anche proposte presentate da soggetti pubblici o privati nel rispetto delle norme di cui al presente regolamento .

La Struttura Provveditorato Economato provvede:

a) ad acquisire il parere preventivo del Comitato tecnico di cui al successivo art. 7 che valuta l'interesse aziendale e la conformità del progetto della sponsorizzazione al presente regolamento, al fine di garantire la massima trasparenza e partecipazione,

b) a predisporre

- l'avviso di ricerca sponsor da pubblicizzare nei modi di cui all'art. 8;
- il programma, il piano finanziario del progetto /attività da sponsorizzare;
- lo schema di contratto di sponsorizzazione;
- il template della domanda di sponsorizzazione che prima di essere pubblicizzati devono sempre essere previamente approvati con delibera del Direttore Generale.

ART. 7 COMITATO TECNICO

Presso l'azienda è istituito il Comitato Tecnico è composto da:

Il Direttore Sanitario o suo delegato;

Il Direttore Amministrativo o suo delegato;

Il Dirigente della Struttura Qualità Formazione Comunicazione

Il Direttore della Farmacia

Le funzioni di segreteria sono espletate da personale assegnato alla Direzione Affari Generali e Legali.

Il Comitato Tecnico decide a maggioranza dei propri componenti e la decisione è vincolante.

Il Comitato:

- esprime parere preventivo sull'avviso e sul progetto per la ricerca dello sponsor;
- valuta le offerte presentate secondo quanto indicato all'art. 9;
- valuta circa la sussistenza di potenziali conflitti di interesse relativamente ai prodotti e alle iniziative oggetto di sponsorizzazione;
- verifica il corretto adempimento degli obblighi istruttori come definiti ai sensi del presente regolamento, e se lo ritiene necessario acquisisce, per tramite della Struttura Provveditorato Economato, in relazione alla tipologia dell'attività oggetto di sponsorizzazione, tutti i pareri tecnici

ritenuti utili e necessari per la fattibilità del progetto o dell'attività proposta;

- può attivare a propria discrezione verifiche circa il rispetto degli accordi sottoscritti. Le diffomità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione;
- può sentire, se ritenuto necessario, i Direttori di Dipartimento interessati alla materia e ogni altra figura professionale dell'Azienda che si riterrà opportuno interpellare a seconda della particolare tipologia delle sponsorizzazioni da analizzare.

Ciascun componente è tenuto all'astensione nell'ipotesi in cui possa ravvisarsi un conflitto di interessi, anche solo potenziale, in merito al progetto esaminato. A tal fine i componenti sono tenuti a rilasciare una dichiarazione di assenza di conflitto di interessi sulla base di un format predisposto dal Responsabile Anticorruzione e trasparenza che deve essere conservato agli atti della pratica.

ART. 8 AVVISO PER LA RICERCA DELLO SPONSOR

La scelta dello sponsor, tenuto conto dei limiti e dei vincoli previsti dal presente regolamento, avviene nel rispetto della normativa vigente e dei principi di imparzialità, parità di trattamento e trasparenza e prevede procedure ad evidenza pubblica tese a garantire la concorrenzialità tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.

L'avviso di ricerca dello sponsor per i contratti di importo superiore a € 40.000,00, in applicazione del primo comma dell'art. 19 del D. Lgs. 50/2016, viene pubblicato sul sito Internet dell'Azienda, per almeno 30 giorni mentre per i contratti di importo inferiore a € 40.000,00, deve essere pubblicato per un periodo non inferiore a 15 giorni.

Ove l'Azienda lo ritenga opportuno, l'avviso potrà essere pubblicato anche in forme o sedi ulteriori, rispetto alla pubblicazione sul sito Internet dell'Azienda previsto dall'art. 19 del D. Lgs 50/2016 , sopra richiamato.

L'avviso è predisposto ai sensi di quanto prevede l'art. 6 comma 2, e viene pubblicato sul sito dell'Azienda e sulla piattaforma Net4Market a cura della struttura Provveditorato Economato.

Esso contiene di norma:

- la volontà aziendale di ricercare uno sponsor indicando le finalità e gli scopi;
- i requisiti dei soggetti che possono formulare offerte;
- la cifra oggetto della sponsorizzazione nel caso di sponsorizzazione in denaro;

- nel caso di sponsorizzazione tecnica deve essere specificato il progetto o le altre prestazioni o attività che lo sponsor garantisce. Il progetto ed il suo valore economico saranno allegati alla delibera di approvazione dell'avviso di cui all'art 6 lettera b.
- la durata del rapporto e gli obblighi dello sponsor;
- le modalità ed i termini per la presentazione delle offerte;
- l'invito a formulare offerte per l'aggiudicazione del contratto di sponsorizzazione;
- i criteri di valutazione delle offerte per l'aggiudicazione del contratto di sponsorizzazione;
- l'indicazione del link sul sito web Aziendale dove è consultabile il presente Regolamento; Nel caso di offerte plurime sullo stesso oggetto, il Comitato Tecnico procederà ad una valutazione comparativa, secondo i criteri di cui al successivo art. 9.

ART. 9 PRESENTAZIONE E CONTENUTO DELL'OFFERTA

I soggetti interessati dovranno far pervenire le proprie offerte di partecipazione al progetto nei termini indicati nell'avviso.

Le proposte spontanee dovranno essere fatte pervenire in forma scritta ai recapiti indicati nell'avviso e dovranno contenere:

- per le sponsorizzazioni in denaro l'accettazione del contributo richiesto da Azienda o l'ammontare economico del contributo offerto dal proponente, valutato e quantificato ai prezzi di mercato, con la specifica indicazione dell'IVA;
- per le sponsorizzazioni tecniche la descrizione analitica del progetto: le attività, le prestazioni, i servizi, le loro modalità realizzative e la loro durata;
- eventuali oneri di impianto o di gestione a carico dell'Azienda;
- l'indicazione dell'esistenza di un mercato concorrenziale per l'acquisto dei materiali di consumo o dei servizi di assistenza necessari al funzionamento ed all'uso corretto dei beni offerti;
- la dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà che attesti il possesso, da parte del proponente, dei requisiti di cui all'art. 80 del D.lgs. n. 50 del 18.04.2016;

- l'assunzione dell'impegno di osservare la disciplina tecnica di sicurezza e prevenzione, nonché della disciplina in materia di sicurezza del trattamento dei dati personali.
- l'assunzione dell'impegno di osservare la normativa del Codice di Comportamento di Azienda Ospedaliera.

ART. 10 VALUTAZIONE DELLE OFFERTE

Il Comitato Tecnico procede alla valutazione delle offerte verificando preliminarmente la loro ammissibilità, ai sensi della normativa vigente e di quanto stabilito nel presente regolamento. Qualora un'offerta dovesse essere valutata come ammissibile dal Comitato Tecnico, l'Azienda potrà intraprendere una procedura negoziata con l'offerente al fine di definire i termini e le condizioni dell'accordo di sponsorizzazione.

Se le proposte valutate come ammissibili in relazione al medesimo progetto saranno più di una, il Comitato tecnico procederà ad una valutazione comparativa sulla base del seguente ordine gerarchico:

- a) per le sponsorizzazioni in denaro: l'entità e la modalità di attribuzione del contributo offerto dal proponente e le opportune valutazioni circa l'affidabilità del proponente come indicate alla lettera d);
- b) per le sponsorizzazioni tecniche: il carattere innovativo e le finalità del progetto/prestazioni/ attività e utilità dello stesso per i fini perseguiti dall'Azienda;
- c) eventuali oneri di impianto o di gestione a carico dell'Azienda;
- d) comportamento etico e responsabilità sociale dello sponsor attestati, in via esemplificativa, con il possesso della certificazione SA8000:2008, che identifica uno standard internazionale di certificazione redatto dal CEPAA (Council of Economical Priorities Accreditation Agency) e volto a certificare alcuni aspetti della gestione Aziendale attinenti alla CSR (Corporate Social Responsibility, - responsabilità sociale d'impresa), dello standard certificabile ISO 14001 che identifica uno standard di gestione ambientale (SGA) che fissa i requisiti di un sistema di gestione ambientale di una qualsiasi organizzazione e dell'indice FTSE4 Good Europe Index che valuta la performance delle aziende che sono globalmente riconosciute per gli alti standard di responsabilità sociale ed include le aziende europee che si distinguono per gestione trasparente e applicazione di criteri sostenibili.

All'esito della comparazione, il Comitato Tecnico, formulerà una graduatoria delle proposte pervenute ed individuerà l'offerente classificato per primo in graduatoria che sarà dichiarato

idoneo per la stipula del contratto di sponsor oppure, in caso contrario, deciderà che nessun soggetto risponde ai requisiti dell'avviso e quindi non procederà alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.

Nel caso in cui l'offerente risultato aggiudicatario dichiara di non voler procedere alla stipula del contratto, si procede con l'offerente collocato al posto successivo nella graduatoria. In caso di iniziativa di sponsorizzazione promossa da terzi, qualora l'offerta formulata dal soggetto che ha presentato la proposta sulla cui base la Struttura Provveditorato Economato ha formulato l'avviso sia considerata la migliore a parità di merito con una o più altre, il Comitato Tecnico aggiudica il contratto al soggetto promotore originario.

Qualora l'offerta formulata dal soggetto che ha presentato la proposta sulla cui base la Provveditorato Economato ha formulato l'avviso sia collocata in graduatoria in posizione inferiore alla prima, il Comitato Tecnico può chiedere a tale soggetto di adeguare la propria offerta a quella valutata come la migliore, entro un termine perentorio. In tal caso, il Comitato Tecnico aggiudicherà il contratto al soggetto promotore originario.

ART. 11 ELEMENTI ESSENZIALI DEL CONTRATTO

1. Ciascun rapporto di sponsorizzazione, essendo regolato nei suoi aspetti generali dal codice civile, deve stipularsi in forma scritta e presenta quali elementi essenziali:

- a) l'indicazione delle parti che stipulano il contratto;
- b) l'individuazione dell'oggetto del contratto e della sua durata;
- c) per le sponsorizzazioni in denaro: l'indicazione dell'ammontare della sponsorizzazione e modalità di pagamento del corrispettivo;
- d) per le sponsorizzazioni tecniche: la modalità di attuazione della sponsorizzazione, controllo e verifica della fornitura delle prestazioni;
- e) gli impegni e/o obblighi dello sponsor e dell'Azienda;
- f) le verifiche ed i controlli sull'attività dello sponsor e dell'Azienda per quanto riguarda la realizzazione di progetti, attività, prestazioni, la cui descrizione deve essere allegata al contratto;
- g) la disciplina conflitto d'interessi tra sponsor e Azienda e rispetto del codice etico dell'Azienda Ospedaliera S.M. di Terni;
- h) la descrizione del segno distintivo che dovrà essere diffuso;

- i) il controllo sul rispetto del modello di organizzazione e dei codici etici aziendali effettuato da parte dello sponsor;
- j) l'eventuale diritto di esclusiva dello sponsor;
- k) le modalità di trattamento dei dati personali eventualmente raccolti in occasione dell'evento o del progetto oggetto di sponsorizzazione;
- l) la facoltà di recesso;
- m) le possibili cause di risoluzione anticipata del contratto al verificarsi di fatti espressamente indicati nella clausola stessa;
- n) la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
- o) le spese e le disposizioni contrattuali finali.

In fase di stipula del contratto di sponsorizzazione, l'Azienda può introdurre nello stesso eventuali condizioni migliorative rispetto allo schema di contratto allegato all'avviso, previo accordo tra le parti ed a condizione che le stesse non alterino la sostanza dello schema allegato all'avviso pubblico.

I contratti di sponsorizzazione potranno prevedere disposizioni a garanzia e tutela dei marchi, con specificazione dei termini e delle modalità di utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente.

Le modalità di associazione del nome, del marchio, dei loghi e degli altri segni distintivi dello sponsor devono presentare caratteri e stile consoni e compatibili con la natura istituzionale e con l'immagine dell'Azienda.

ART. 12 SPONSORIZZAZIONI PER LA REALIZZAZIONE DI LAVORI E PER GLI INTERVENTI SU BENI SOTTOPOSTI A VINCOLI DI TUTELA (1e cd. SPONSORIZZAZIONI TECNICHE)

Qualora oggetto della prestazione dello sponsor sia l'effettuazione di interventi di progetto, lo sponsor deve possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Nel contratto di sponsorizzazione devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Azienda e le altre amministrazioni eventualmente competenti intendano inserire.

Per i contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio – ferma l'applicazione dei principi per la scelta dello sponsor di cui agli articoli precedenti – si applicano le disposizioni di legge in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.

L'individuazione dell'esecutore dei lavori di restauro/manutenzione può essere rimessa allo sponsor ma in questo caso il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia di intervento.

I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio, competente in relazione alla tipologia di intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso dovuti dalla Soprintendenza al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

ART. 13 ADEMPIMENTI SUCCESSIVI ALLA SCELTA DELLO SPONSOR

L'Azienda accetta la proposta di sponsorizzazione di stipulazione del contratto con un provvedimento dirigenziale al quale è allegato un piano finanziario che definisce l'articolazione degli utilizzi per ogni progetto/attività sponsorizzata. La struttura Provveditorato Economato, al momento della predisposizione del provvedimento dirigenziale di accettazione della proposta di sponsorizzazione, acquisisce, soltanto dal Direttore del Dipartimento e da quello della Struttura a cui la sponsorizzazione è destinata, una dichiarazione in ordine all'assenza di ipotesi di conflitto di interesse ed eventualmente al tipo di rapporti commerciali con lo sponsor.

Tale provvedimento viene comunicato allo sponsor, con il quale poi si stipulerà il contratto di sponsorizzazione. Qualora invece la proposta di sponsorizzazione non sia stata accettata dal Comitato Tecnico, la Struttura Economato Provveditorato invia all'offerente una informativa di diniego motivata.

Il provvedimento di accettazione della sponsorizzazione verrà trasmesso dalla Struttura Economato Provveditorato a tutte le strutture aziendali interessate compresa la Direzione Economico Finanziaria.

La Struttura Economato Provveditorato stipula il contratto di sponsorizzazione e lo partecipa all'Ufficio competente per la registrazione e una volta registrato allo sponsor.

La Direzione Economico Finanziaria provvede sulla base di quanto previsto dagli oneri contrattuali, a predisporre ed inviare allo sponsor le fatture attive e gestisce le entrate come fondi finalizzati anche a livello di successiva rendicontazione di bilancio.

Nell'ambito di progetti/attività aziendali se è previsto per la loro realizzazione l'attivazione di contratti di collaborazione, o borse di studio l'Ufficio Gestione Risorse Umane procede alla stipula del/dei contratti previsti, seguendo la normativa vigente ed i regolamenti aziendali in materia, ed alla successiva formalizzazione con delibera.

In caso di sponsorizzazioni in denaro finalizzate all'acquisizione di beni e servizi le strutture aziendali competenti, secondo le rispettive competenze, all'acquisizione, collaudo ed inventariazione nel rispetto delle disposizioni di legge e delle procedure aziendali.

Nel caso di sponsorizzazioni tecniche la Struttura Complessa Tecnico Patrimoniale segue l'inizio, lo sviluppo e la conclusione dei lavori secondo le normative di legge e le procedure previste a livello aziendale e secondo quanto stabilito dal contratto di sponsorizzazione.

ART. 14 UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA E VARIAZIONI DI BUDGET

Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni che risultino non utilizzate alla chiusura delle attività oggetto di sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa.

Tali risparmi rappresentano economie di bilancio.

Le variazioni di budget approvato (spostamento di importi fra conti già previsti nel piano finanziario allegato al provvedimento) purché rientrino nella cifra complessiva oggetto del contratto di sponsorizzazione, possono essere presentate con comunicazione scritta dal Responsabile del Progetto alla struttura Provveditorato Economato che informa la Direzione Economico Finanziaria per la registrazione contabile.

Nel caso invece, in cui si introducano o si eliminino delle poste nel piano finanziario deliberato, purché rientrino nella cifra complessiva oggetto del contratto di sponsorizzazione, le modifiche devono sempre essere comunicate dal Project Leader alla Struttura Economato Provveditorato che acquisito il parere favorevole del Direttore Sanitario o del Direttore Amministrativo o loro delegati secondo competenza, comunica le decisioni alla Direzione Economico Finanziaria.

ART. 15 VERIFICHE E CONTROLLI SUI PROGETTI E SULLE ATTIVITA'

OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

Per le attività progettuali oggetto di sponsorizzazione, lo stato di avanzamento dei progetti e la realizzazione degli adempimenti convenuti sono regolarmente monitorati dalla Struttura Provveditorato Economato e rendicontati allo sponsor secondo gli accordi contrattuali, mentre i dirigenti responsabili delle strutture interessate provvedono a loro volta a regolari verifiche di contenuto tecnico, qualitativo, quantitativo e temporale.

Il Comitato Tecnico, può procedere altresì a periodiche verifiche sulle sponsorizzazioni, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, ed il permanere dell'assenza di cause ostative di cui al Regolamento.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor, a cura della struttura Provveditorato Economato con diffida a procedere alle necessarie misure correttive entro un termine perentorio. Gli effetti del mancato adeguamento alla diffida sono disciplinati dal contratto di sponsorizzazione che deve prevedere, in questo caso, l'immediata rescissione del contratto.

ART. 16 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, nel rispetto delle disposizioni del D. Lgs. 196/2003 e del Reg. Eu. 679/2016.

Il Responsabile del Trattamento Dati Personali sarà nominativamente individuato nel singolo contratto di sponsorizzazione nella persona del Coordinatore del Progetto ed il suo nominativo verrà comunicato al Referente Aziendale Privacy al momento della sottoscrizione del contratto medesimo. Qualora l'oggetto del contratto riguardi la progettazione o lo sviluppo di un'applicazione informatica, verrà comunicato al Referente Aziendale Privacy anche il nominativo dell'Amministratore di Sistema.

ART. 17 RISERVA ORGANIZZATIVA

L'accettazione e la gestione delle sponsorizzazioni è effettuata dall'Azienda secondo il presente Regolamento.

E' tuttavia facoltà della Direzione Aziendale, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, procedere ad affidare, secondo le procedure di legge, l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nell'ambito del fund raising.

ART. 18 NORMATIVA DI RINVIO

Per quanto non espressamente previsto nelle disposizioni del presente Regolamento si fa rinvio alle leggi e normative vigenti in materia.

ART. 19 ENTRATA IN VIGORE

Il presente Regolamento entrerà in vigore a partire dalla data di pubblicazione della relativa delibera.